

Dr. Yateno, S.E., M.M. | Ikhsan Wisnu Prianto | Rindu Dwi Febila | Nurhikmah
Def handayani | Aura Cantika Amanda Salsabila | Putri Dwi Sagita | Krisna Mukti
Dea Rohana | Echa Kautsar Muhammad | Reni Yunita Sari | Azis Suhendra
Rile Bagus Isnaini | David Gustama | Jova Danuarta | Putri Lestari
Bayu arfanda | Yasaya Melati Sukma | Latifah Nabila Nuraini

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif

Dr. Yateno. S.E., M.M. | Ikhsan Wisnu Prianto | Rindu Dwi Febila
Nurhikmah | Defi handayani | Aura Cantika Amanda Salsabila
Putri Dwi Sagita | Dea Rohana | Echa Kautsar Muhammad
Reni Yunita Sari | Azis Suhendra | Rile Bagus Isnaini
David Gustama | Jova Danuarta | Putri Lestari | Bayu arfanda
Yasaya Melati Sukma | Latifah Nabila Nuraini | Krisna Mukti



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
Strategi Pengelolaan Persediaan yang Efektif

Ditulis oleh:

**Dr. Yateno, S.E., M.M. | Ikhsan Wisnu Prianto | Rindu Dwi Febila
Nurhikmah | Defi handayani | Aura Cantika Amanda Salsabila
Putri Dwi Sagita | Dea Rohana | Echa Kautsar Muhammad
Reni Yunita Sari | Azis Suhendra | Rile Bagus Isnaini
David Gustama | Jova Danuarta | Putri Lestari | Bayu arfanda
Yasaya Melati Sukma | Latifah Nabila Nuraini | Krisna Mukti**

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

PT Literasi Nusantara Abadi Grup

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Blok B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: literasinusantaraofficial@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip
atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku
dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Februari 2025

Perancang Sampul: Bagus Aji Saputra
Penata Letak: Kelvin Syuhada Lunivananda

ISBN : 978-634-206-780-2

x + 114 hlm. ; 15,5x23 cm.

©Februari 2025



PRAKATA

Puji syukur kepada Allah subhanahu wa ta'ala sumber dari segala kekuatan dan ilmu pengetahuan dengan izin dan ridho-mu Ya Allah, buku “*supply chain management: Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif*” ini dapat disusun dengan baik. Penyusunan berharap buku ini dapat membantu para mahasiswa dan pencarian bahan bacaan yang terkait dengan “*supply chain management: Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif*”

Hasil belajaran merupakan salah satu bentuk dari proses belajar dan pembelajaran, sehingga proses tersebut dikatakan berhasil dan memberikan pengaruh dan perubahan bagi para pembelajar untuk dapat memenuhi harapan, kami para pembelajar dari mata kuliah manajemen rantai pasok diampu oleh Dr. Yateno S.E., M.M berusaha menyusun dan menyelesaikan tugas dari pengajar mengenai materi kuliah manajemen rantai pasok dalam bentuk buku.

Apa yang disajikan dalam buku ini hanyalah kompilasi dari tugas kuliah yang dapat disajikan sebagai tambahan informasi dan bahan tentang manajemen rantai pasok

Penulis menyadari bahwa banyak masih kekurangan dan kelemahan dalam penulisan buku ini, baik yang menyangkut isi, pengungkapan,

maupun sistmatika penulisan, saran serta kritik yang konstruktif senantiasa penulis harapkan sebagai bahan masukan dalam perbaikan penulisan

Metro, Desember 2024

Penulis,

TIM

S1 Manajemen Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil Alamin,

Alhamdulillah buku *supply chain management: Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif* yang merupakan tindak lanjut dari buku manajemen rantai pasok” dapat disusun oleh mahasiswa. Manajemen bisnis kelompok 1,2,3,4,5,6 Perjuangan panjang ini membuahkan hasil di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Maka mahasiswa merasa terpanggil untuk meninggalkan rekam jejak sebagai bukti empiris dengan cara menerbitkan tugas akhir kuliah di semester 7 ini dalam bentuk buku. Saya menyambut gembira atas kerja keras dan keseriusan sehingga dapat menerbitkan buku ini. Harapan saya mudah-mudahan buku ini dapat menambah khazanah keilmuan dan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh para pembaca.

Telusuran secara teoritis akan ilmu manajemen rantai pasok coba dibangun dan menjadikan mozaik karya ini adalah latar latar belakang mahasiswa yg sangat beragam. Sehingga warna tulisan, rasa tulisan menjadi kaya akan nuansa cakrawala pemahamannya. Semoga karya awal ini menjadi pendorong bagi mahasiswa untuk tidak cepat berpuas diri. Maju dan berkembang adalah eksistensi akademik yang harus ada dalam semangat mahasiswa.

Buku ini tentu tidak luput dari kelemahan dan kekurangan, saya memaklumi hal tersebut. Mudah-mudahan kelemahan dan kekurangan

diperbaiki pada masa yang akan datang. Dengan kian meningkatnya perhatian mahasiswa terhadap dunia akademik pada kesempatan ini saya patut menyampaikan penghargaan dan terima kasih atas partisipasi yang telah berupaya untuk menghasilkan karya. Selanjutnya kepada penerbit saya memberikan apresiasi atas partisipasinya sehingga buku ini dapat berguna bagi pembaca.

Metro, Desember 2024

Penulis,

Tim



DAFTAR ISI

Prakata	iii
Kata Pengantar	v

BAB I

KONSEP SUPPLY CHAIN MANAGEMEN	1
A. Definisi Supply Chain.....	1
B. Tujuan Supply Chain	4
C. Komponen Supply Chain	7
D. Proses dalam Supply Chain Management	8
E. Manfaat Supply Chain	10
F. Tantangan dalam Supply Chain Management	12

BAB II

STRATEGI SUPPLY CHAIN.....	19
A. Strategi Supply Chain Management (SCM).....	19
B. Definisi Strategi Supply Chain.....	22
C. Tujuan dan Manfaat Penerapan Strategi Supply Chain Management.....	23
D. Komponen Strategi Supply Chain.....	24

E. Prinsip Dasar Strategy Supply Chain Management	26
F. Kegiatan Utama dalam Strategy Supply Chain Management	27

BAB III

RANCANGAN PRODUK BARU DALAM PERSPEKTIF SCM	33
A. Pengertian Rancangan Produk Baru dalam Perspektif SCM.....	33

BAB IV

PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN PERENCANAAN PRODUKSI.....	55
A. Peramalan Permintaan Versus Pengelolaan Permintaan.....	55
B. Instrumen Untuk Mengelola Permintaan	60
C. Perencanaan Produksi.....	63
D. Perencanaan Produksi Agregat.....	66
E. Collaborative Planning, Forecasting, and Replenishment (CPFR)	68

BAB V

MENGELOLA PERSEDIAAN DAN PERENCANAAN PRODUKSI.....	73
A. Definisi Pengelolaan Persediaan	73
B. Jenis-Jenis Persediaan	74
C. Teknik Pengelolaan Persediaan.....	77
D. Tantangan Dalam Pengelolaan Persediaan.....	79
E. Strategi Mengatasi Tantangan Pengelolaan Persediaan	81

BAB VI

MANAJEMEN PENGADAAN.....	87
A. Pengertian Manajemen Pengadaan	87
B. Tujuan Manajemen Pengadaan.....	90
C. Perencanaan Pengadaan.....	93
Daftar Pustaka.....	105



BAB I

KONSEP SUPPLY CHAIN MANAGEMEN

A. Definisi Supply Chain

Menurut Erlangga Hakim Manurung dkk (2022) supply chain adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang tersebut. Sedangkan supply chain adalah serangkaian dari proses bisnis dan informasi yang menyediakan produk atau jasa dari suplier ke perusahaan dan mendistribusikannya ke konsumen.

Jadi kesimpulannya supply chain adalah suatu sistem jaringan di suatu perusahaan yang terhubung, saling bergantung dan saling menguntungkan dalam organisasi yang bekerja sama untuk mengendalikan, mengatur dan mengembangkan arus material, produk, jasa dan informasi dari suplier, perusahaan, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik hingga ke pelanggan sebagai end user.

Menurut Haming, Murdifin dan Nurnajamuddin, Mahfud (2017) manajemen Rantai Pasokan (supply chain management) adalah proses

perencanaan, penerapan dan pengendalian operasi dari rantai pasokan dengan tujuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan seefisien mungkin. Manajemen rantai pasokan (supply chain management) mencakup semua pergerakan dan gudang penyimpanan dari bahan baku, persediaan barang, dalam pengolahan, dan barang sejak dari titik produksi ke titik konsumsi.

Menurut Dewan Profesional Manajemen Rantai Pasokan (supply chain management) dalam suatu asosiasi profesional yang mengembangkan suatu definisi pada tahun 2004, manajemen rantai pasokan (supply chain management) meliputi perencanaan dan manajemen dari semua aktivitas yang dilibatkan dalam sumber dan pengadaan, konversi serta semua aktivitas logistik. Rantai Pasokan atau Supply Chain Management juga meliputi kolaborasi dan koordinasi dengan mitra saluran, yang dapat berupa penyalur, para perantara, pihak ketiga selaku penyedia jasa, serta pelanggan. Pada intinya manajemen rantai pasokan (supply chain management) mengintegrasikan permintaan serta penawaran manajemen di dalam dan antar perusahaan.

Maddeppungeng, Andi (2017) Supply Chain Management atau manajemen rantai pasokan adalah integrasi proses bisnis antara jaringan yang saling berhubungan dengan pemasok, produsen, pusat distribusi, dan pengecer untuk meningkatkan meningkatkan aliran barang, jasa, dan informasi dari pemasok untuk pelanggan akhir, dengan tujuan mengurangi biaya seluruh sistem dan tetap menjaga tingkat layanan.

Menurut Russel, Roberta S and Taylor III, Bernard w (2003) supply chain management adalah mengatur aliran informasi yang masuk melalui rantai pasok (supply chain) untuk mencapai tingkat sinkronisasi yang akan membuat respon terhadap keinginan konsumen lebih responsif dan disaat bersamaan menurunkan costs.

Menurut Heizer dan Render (2004) manajemen rantai pasokan (supply chain management) merupakan kegiatan pengelolaan kegiatan-kegiatan dalam rangka memperoleh bahan mentah, mentransformasikan bahan mentah tersebut ke konsumen melalui system distribusi.



BAB II

STRATEGI SUPPLY CHAIN

A. Strategi Supply Chain Management (SCM)

Dalam konteks suatu rantai pasokan, strategi operasional dalam Supply Chain Management (SCM) lebih dikenal dengan strategy Supply Chain (SC). Strategi ini didefinisikan sebagai kumpulan kegiatan dan aksi strategis di sepanjang supply chain yang menciptakan rekonsiliasi antara apa yang dibutuhkan pelanggan akhir dengan kemampuan sumber daya yang ada dalam supply chain. Penerapan strategi supply chain mengarah pada perencanaan jangka panjang untuk menciptakan produk yang murah, berkualitas, tepat waktu, bervariasi dan mendukung rantai pasokan untuk mencapai tujuan-tujuan strategis yang telah ditetapkan. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut perusahaan harus memiliki kemampuan untuk beroperasi secara efisien, menciptakan produk yang memiliki kualitas tinggi, respon cepat terhadap kebutuhan konsumen, fleksibel dan inovatif dalam merespon perubahan yang terjadi.

Chopra dan Meindl (2004) mengemukakan dua strategi dalam supply chain yaitu :

1. Lean Supply Chain (Efficient Supply Chain) Efficient supply chain menitikberatkan pada upaya memenuhi permintaan konsumen

pada harga terendah dengan cara meminimumkan biaya total dan menekan ongkos-ongkos fisik disepanjang rantai pasokan. Ongkos-ongkos fisik tersebut bisa meliputi ongkos material, ongkos produksi dan ongkos penyimpanan. Untuk menjamin keberhasilan implementasi strategi efficient supply chain memerlukan koordinasi yang baik antar relasi dalam sebuah rantai pasokan, baik dengan mengurangi dampak variabelitas dalam ketidakpastian permintaan maupun penyediaan.

2. Agile Supply Chain (Responsive Supply Chain) Responsive supply chain memiliki prinsip yang berbeda dengan efficient supply chain karena responsive supply chain justru mendukung perlunya persediaan dalam mengantisipasi permintaan yang tidak pasti dan mengantisipasi adanya fluktuasi dalam persediaan pemasok. Strategi ini menitikberatkan pada kemampuan rantai pasokan untuk merespon kebutuhan pasar yang cepat berubah. Untuk mencapai kesuksesan strategi responsive supply chain memerlukan distributor yang handal, seleksi pemasok dan distributor harus mendasarkan pada kecepatan dan fleksibilitas.

Strategi supply chain management diperlukan untuk membantu pencapaian tujuan perusahaan yang diinginkan dalam strategi perusahaan. Inovasi terhadap pendekatan-pendekatan strategi supply chain management akan membuat perusahaan dapat unggul dalam bersaing. Perencanaan strategi supply chain management diperlukan beberapa sumber-sumber pengambilan keputusan. Suatu perspektif strategi untuk sumber dari dalam dan dari luar perusahaan bertujuan agar mampu bersaing berdasarkan differensiasi produk atau fokus. Unsur – unsur pembuatan strategi supply chain management menurut Sisilan dan Satir dalam Siagian (2005:20) terdiri dari faktor primer (keunggulan bersaing, fleksibilitas permintaan) dan faktor sekunder (kapabilitas proses, batas waktu proses, dan risiko strategi):



BAB III

RANCANGAN PRODUK BARU DALAM PERSPEKTIF SCM

A. Pengertian Rancangan Produk Baru dalam Perspektif SCM

1. Latar Belakang

Dalam perspektif Supply Chain, perancangan produk baru adalah salah satu fungsi vital yang sejajar dengan fungsi- fungsi lain seperti pengadaan material, produksi, dan distribusi. Menurut Fisher (1997), fungsi supply chain pada dasarnya bisa dibedakan menjadi fungsi fisik dan fungsi mediasi pasar. Perancangan produk baru termasuk dalam kelompok fungsi mediasi pasar bersama aktivitas riset pasar, dan pelayanan purna jual. Dikatakan demikian karena perancangan produk adalah upaya untuk mengakomodasikan aspirasi pelanggan sehingga produk yang dihasilkan akan sesuai dengan yang diinginkan.

Keinginan pelanggan yang beragam dan semakin tinggi serta persaingan yang ketat mendorong perusahaan-perusahaan untuk semakin inovatif dalam menciptakan produk-produk baru. Menurut Handfield & Nichols (2002), sekitar 40% pendapatan (*revenue*)

perusahaan dewasa ini berasal dari produk-produk baru yang diluncurkan setahun sebelumnya. Produk-produk seperti kamera digital, telepon genggam, camcorder, computer, serta produk-produk fashion berkembang sangat pesat di pasar, baik karena didorong oleh perkembangan kemampuan teknologi maupun karena selera pelanggan yang selalu berubah. Selera konsumen yang dinamis mengakibatkan siklus hidup produk-produk inovatif menjadi semakin pendek. Hal ini membawa banyak implikasi terhadap bagaimana perusahaan bersaing di pasar serta bagaimana mereka harus mengembangkan produk-produknya.

Pujawan (2005) menekankan bahwa kegiatan merancang produk baru (Product Development) merupakan salah satu kegiatan utama dalam klasifikasi SCM. Perancangan ini tidak hanya bertujuan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, tetapi juga memastikan produk dapat diproduksi dan dikirimkan dengan efisiensi tinggi. Kolaborasi dengan pemasok dan pelanggan sangat penting untuk mengurangi biaya dan waktu pengembangan produk.

Kurniawan, Tri (2010). Menurut Kurniawan, dalam buku Manajemen Rantai Pasok dan Logistik, perancangan produk baru harus mempertimbangkan aspek logistik dan distribusi. Produk yang dirancang tidak hanya harus inovatif tetapi juga memperhatikan efisiensi dalam pengadaan bahan baku, proses produksi, dan distribusi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Santoso, Wibowo (2012). Dalam artikelnya mengenai inovasi produk di sektor manufaktur, Santoso menekankan pentingnya integrasi antara tim pengembangan produk dan departemen rantai pasok. Rancangan produk yang efektif adalah yang dapat memanfaatkan sumber daya rantai pasok secara optimal, seperti penggunaan bahan baku yang mudah diperoleh dan minim biaya pengiriman.

Gunawan, Ahmad (2015). Ahmad Gunawan dalam penelitiannya tentang strategi SCM menyebutkan bahwa proses pengembangan produk baru harus berbasis pada data pasar dan tren pelanggan.



BAB IV

PENGELOLAAN PERMINTAAN DAN PERENCANAAN PRODUKSI

A. Peramalan Permintaan Versus Pengelolaan Permintaan

Permintaan menurut Kotler (2005:13) adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung kemampuan untuk membeli, yang disertai dengan daya beli, atau keinginan akan berubah menjadi permintaan jika permintaan tersebut didukung oleh daya beli. Sedangkan menurut Sukirno (2005: 75), teori permintaan adalah teori yang menerangkan tentang ciri – ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga.

Peramalan permintaan adalah kegiatan untuk mengestimasi besarnya permintaan terhadap barang atau jasa tertentu pada suatu periode dan wilayah pemasaran tertentu. Peramalan bisa dibuat pada tingkatan yang berbeda-beda. Misalnya, kalau sebuah perusahaan menjual beberapa kelompok produk di beberapa wilayah yang berbeda, maka ramalan bisa dibuat secara agregat untuk semua kelompok produk dan semua wilayah, atau untuk tiap kelompok produk, tiap wilayah, atau bahkan pada level yang lebih detail yaitu pada level individu produk. Agregasi juga bisa dibuat

berdasarkan waktu. Jadi angka ramalan bisa dibuat untuk periode harian, mingguan, bulanan, atau tahunan.

Ramalan yang tidak akurat bisa menimbulkan berbagai permasalahan pada supply chain. Kelebihan pasokan produk ke satu wilayah sementara kekurangan di wilayah lain, kelebihan di suatu periode tetapi kekurangan di periode lain, atau kelebihan produk A sementara kekurangan produk B, dan sebagainya membuat service level yang rendah maupun ongkos-ongkos persediaan yang tinggi. Oleh karena itu untuk meningkatkan efisiensi maupun efektivitas pada supply chain diperlukan cara-cara yang tepat untuk meningkatkan akurasi ramalan permintaan. Peningkatan akurasi bisa dilakukan dengan menggunakan metode peramalan yang lebih baik, mencari data yang lebih komprehensif, melakukan kolaborasi dengan pihak-pihak lain pada supply chain, serta memilih tingkat agregasi yang tepat untuk tiga dimensi tersebut (wilayah, waktu, dan produk).

Tidak perlu disangsikan bahwa kegiatan peramalan memiliki peran yang sangat kritis pada supply chain. Hanya saja, walaupun peramalan dilakukan dengan baik dan hasilnya akurat, supply chain tidak dijamin bisa memenuhinya dengan efektif dan efisien. Hal ini terutama terjadi kalau permintaan memiliki pola yang fluktuasinya tinggi. Oleh karena itu, di samping upaya untuk secara reaktif meramalkan permintaan dan merespon hasil ramalan apapun polanya, supply chain harus lebih proaktif mencoba membuat pola permintaan tersebut lebih stabil sehingga lebih mudah dipenuhi.

Pengelolaan permintaan (demand management) adalah upaya untuk membuat permintaan lebih mudah dipenuhi oleh supply chain. Secara lebih spesifik bisa dikatakan bahwa demand management adalah upaya untuk secara aktif meyakinkan bahwa profil permintaan pelanggan memiliki pola yang halus sehingga mudah dan efisien untuk dipenuhi. Dengan kata lain, kalau peramalan hanya melihat permintaan sebagai input yang sudah “given”, demand management melihat bahwa input tersebut harus diubah polanya terlebih dahulu sebelum masuk ke proses peramalan, perencanaan produksi, pengadaan bahan baku, produksi, dan pengiriman ke pelanggan.



BAB V

MENGELOLA PERSEDIAAN DAN PERENCANAAN PRODUKSI

A. Definisi Pengelolaan Persediaan

Pengelolaan persediaan adalah proses mengawasi, mengatur, dan mengontrol barang atau bahan baku yang tersedia dalam suatu organisasi untuk memastikan ketersediaan produk ketika dibutuhkan tanpa menyebabkan kelebihan atau kekurangan stok. Proses ini mencakup berbagai aktivitas, seperti perencanaan kebutuhan barang, pengadaan, penyimpanan, hingga distribusi, dengan tujuan mendukung efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan.

Pengelolaan persediaan yang efektif sangat penting, terutama untuk bisnis yang memiliki siklus produksi dan permintaan yang fluktuatif. Strategi yang baik dalam pengelolaan persediaan dapat membantu perusahaan menghindari gangguan operasional, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.

Menurut Heizer dan Render (2020) Pengelolaan persediaan adalah proses merencanakan dan mengendalikan jumlah serta jenis barang yang harus disimpan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan produksi dan permintaan pelanggan, tanpa menimbulkan biaya yang berlebihan.

Menurut Krajewski dan Ritzman (2020) Pengelolaan persediaan adalah aktivitas yang mencakup pemantauan dan pengendalian jumlah persediaan untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki bahan atau produk yang cukup untuk memenuhi permintaan, tetapi tidak terlalu banyak hingga menambah biaya penyimpanan yang tinggi.

Sedangkan menurut Bowersox, Closs, dan Cooper (2020) Pengelolaan persediaan berfokus pada pengaturan tingkat persediaan dengan cara yang efisien agar biaya operasional dapat ditekan. Ini termasuk pengaturan inventaris, pembelian bahan baku, dan distribusi produk akhir, serta pertimbangan terhadap fluktuasi permintaan pasar.

Menurut Tiboni (2022) Pengelolaan persediaan merujuk pada proses mengontrol persediaan barang dan bahan yang ada dalam perusahaan untuk memastikan ketersediaan barang dengan biaya penyimpanan yang rendah. Ini mencakup keputusan tentang kapan dan berapa banyak barang yang harus dibeli dan disimpan untuk memenuhi permintaan yang dapat berubah dari waktu ke waktu.

Menurut Coyle, Bardi, dan Langley (2022) Pengelolaan persediaan adalah bagian dari manajemen rantai pasokan yang berfokus pada pengendalian dan pengaturan level persediaan untuk memastikan produk tersedia ketika diperlukan tanpa berlebihan yang dapat mengakibatkan biaya tinggi. Hal ini melibatkan penerapan sistem perencanaan untuk memantau kebutuhan dan penawaran produk dalam organisasi.

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disintesis bahwa pengelolaan persediaan adalah suatu kegiatan atau aktivitas perencanaan dan kontrol jumlah dan jenis pasokan yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk memastikan produk tersedia dan mencukupi ketika diperlukan oleh perusahaan guna kebutuhan produksi.

B. Jenis-Jenis Persediaan

Barang dagangan, yang secara terus menerus dibeli dan dijual, merupakan salah satu unsur yang paling aktif dalam operasi usaha untuk perusahaan



BAB VI

MANAJEMEN PENGADAAN

A. Pengertian Manajemen Pengadaan

Manajemen pengadaan adalah suatu proses strategis yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap aktivitas pengadaan barang, jasa, atau sumber daya lain yang dibutuhkan oleh sebuah organisasi untuk mendukung operasionalnya. Menurut Monczka et al. (2015) Manajemen pengadaan adalah proses yang mencakup semua aktivitas yang terlibat dalam memperoleh barang dan jasa yang diperlukan oleh organisasi, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga pengelolaan hubungan dengan pemasok. Proses ini meliputi identifikasi kebutuhan, analisis pasar, perencanaan pengadaan, seleksi pemasok, negosiasi kontrak, pengelolaan hubungan dengan pemasok, pelacakan pengiriman, hingga evaluasi kinerja pemasok.

Manajemen pengadaan bertujuan untuk memastikan bahwa organisasi memperoleh barang atau jasa yang sesuai dengan spesifikasi, kualitas, jumlah, dan waktu yang dibutuhkan, dengan biaya yang optimal dan sesuai anggaran. Selain itu, aspek kepatuhan terhadap regulasi, pengelolaan risiko, keberlanjutan, serta pencapaian hubungan yang saling menguntungkan

antara organisasi dan pemasok juga menjadi perhatian utama dalam manajemen pengadaan.

Sebagai bagian dari rantai pasok (supply chain), manajemen pengadaan berfungsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan internal, tetapi juga untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan nilai strategis organisasi. Oleh karena itu, pendekatan yang efektif dan terintegrasi dalam manajemen pengadaan sangat penting dalam mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang perusahaan.

Menurut Monczka et al. dalam bukunya “Purchasing and Supply Chain Management”, manajemen pengadaan mencakup beberapa aktivitas utama, antara lain:

1. Perencanaan Pengadaan

Proses awal untuk menentukan kebutuhan barang atau jasa yang diperlukan organisasi, baik dalam hal spesifikasi, jumlah, waktu, maupun biaya. Perencanaan ini bertujuan untuk memastikan semua kebutuhan dapat terpenuhi dengan cara yang terkoordinasi dan efisien. Contoh: Sebuah perusahaan konstruksi merencanakan pengadaan material bangunan berdasarkan jadwal proyek agar material tiba tepat waktu.

2. Sourcing dan Pemilihan Pemasok

Tahap mencari, mengevaluasi, dan memilih pemasok yang mampu menyediakan barang atau jasa sesuai kebutuhan organisasi. Proses ini melibatkan analisis pasar dan penilaian pemasok berdasarkan kriteria seperti harga, kualitas, dan keandalan.

Contoh: Menyusun daftar pemasok potensial, meminta penawaran, dan mengevaluasi berdasarkan kriteria seperti waktu pengiriman dan riwayat kerja.

3. Negosiasi dan Kontrak

Proses diskusi antara organisasi dan pemasok untuk menyepakati syarat dan ketentuan pengadaan, seperti harga, kualitas, jadwal pengiriman, dan ketentuan pembayaran. Setelah disepakati, kontrak ditandatangani untuk mendokumentasikan kesepakatan ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Batam, U., Kota, B., No, J. U., & Batam, K. (2023). *SISTEM INFORMASI ANALISA SCM*. 3(Desember).
- Hayati, E. N., & Fitriyah, M. W. (2015). Penerapan E-Supply Chain Management Pada Industri (Studi Kasus Pada PT Maitland-Smith Indonesia). *Dinamika Teknik*, IX(2), 19–33.
- Lukman, S., Si, S., Psi, S., Cv, P., & Bintang, C. (2021). *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* Penulis.
- Maddeppungeng, A. (2017). Pengaruh Manajemen Rantai Pasok (MRP) pada Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Jasa Konstruksi di DKI-Jakarta. *Konstruksia*, 8(2), 23–36. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/konstruksia/article/view/1745>
- Manurung, E. H., & Putra, M. (2022). Application of E-SCM in the Automotive Industry. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 2(2), 389–392. <https://doi.org/10.53697/emba.v2i2.810>
- Maritim, G. (2011). 20 “GEMA MARIMaritim, G. (2011). 20 ‘GEMA MARITIM’ Vol 13 No. 1 Pebruari 2011. 13(1), 20–28.TIM” Vol 13 No. 1 Pebruari 2011. 13(1), 20–28.

- PRATAMA, R. H., & MUSTOFA, F. H. (2022). Usulan Mitigasi Risiko Aktivitas Proses Bisnis Produksi Enamel Wire Menggunakan Model House of Risk di PT. Ewindo. *Fti*. <https://e proceeding.itenas.ac.id/index.php/fti/article/view/1645%0Ahttps://e proceeding.itenas.ac.id/index.php/fti/article/download/1645/1395>
- Prihatiningsih, B. E., & Susanti, A. (2023). Mufakat Mufakat. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- Ruslim, T. S. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Loyalitas Konsumen. *Journal of Industrial Engineering & Management Systems*, 6(1), 33–46. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/jiems/article/view/96>
- Sucahyowati, H. (2014). Manfaat SCM. *Gema Maritim*, 13(1), 20–28.
- Burt, D. N., Dobler, D. W., & Starling, S. (2003). *World Class Supply Management: The Key to Supply Chain Management*. New York: McGraw-Hill.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2004). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. 2nd ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Jebarus, A. (2001). *Manajemen Rantai Pasokan: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Kleab, A. (2017). *Strategic Supply Chain Management: Principles and Practices*. Jakarta: Penerbit ABC.
- Miranda, J. (2001). *Supply Chain Management: A Strategic Perspective*. Jakarta: Penerbit DEF.
- Pujawan, N. I., & Mahendrawathi, I. (2017). *Supply Chain Management: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit GHI.
- Schroeder, R. G. (2003). *Operations Management*. 3rd ed. New York: McGraw- Hill.
- Siagian, S. (2005). *Manajemen Rantai Pasokan: Konsep dan Implementasi*.

Jakarta: Penerbit MNO.

Sisilan, S., & Satir, A. (2005). *Strategi Manajemen Rantai Pasokan*. Jakarta: Penerbit JKL.

Turban, E., Rainer, R. K., & Porter, D. (2004). *Introduction to Information Technology*. 3rd ed. New York: Wiley.

Christopher, M. (2011). *Logistics and Supply Chain Management*. Pearson Education.

Clark, K. B., & Fujimoto, T. (1991). *Product Development Performance*. Harvard Business Review Press.

Cooper, R. G. (2001). *Winning at New Products: Accelerating the Process from Idea to Launch*. Basic Books

Duray, R., Ward, P. T., Milligan, G. W., & Berry, W. L. (2000). *Approaches to Mass Customization: Configurations and Empirical Validation*. Journal of Operations Management.

Fisher, M. L. (1997). *What is the right supply chain for your product?* Harvard Business Review, 75(2), 105-116.

Gilmore, J. H., & Pine II, B. J. (1997). *The Four Faces of Mass Customization*. Harvard Business Review.

Gunawan, Ahmad. (2015). *Strategi Supply Chain Management di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.

Gutmann, J. (2003). *Strategies for Component Commonality in Product Design and Manufacturing*.

Handfield, R. B., & Nichols, E. L. (2002). *Supply Chain Management*. Pearson Education.

Handfield, R. B., & Nichols, E. L. (2002). *Supply Chain Redesign: Transforming Supply Chains into Integrated Value Systems*. Financial Times Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

- Kurniawan, Tri. (2010). *Manajemen Rantai Pasok dan Logistik*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Lee, Hau L. (2002). *Aligning Supply Chain Strategies with Product Uncertainties*. California Management Review
- Pine II, B. Joseph. (1993). *Mass Customization: The New Frontier in Business Competition*. Harvard Business School Press.
- Pujawan, I. Nyoman. (2005). *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.
- Ragatz, G. L., Handfield, R. B., & Petersen, K. J. (2002). *Benefits Associated with Supplier Integration into New Product Development under Conditions of Technology Uncertainty*. Journal of Business Research.
- Rogers, D. S., & Tibben-Lembke, R. (1998). *Going Backwards: Reverse Logistics Trends and Practices*. Reverse Logistics Executive Council.
- Santoso, Wibowo. (2012). *Inovasi Produk dalam Industri Manufaktur di Indonesia*. Jakarta: UI Press.
- Simpson, T. W. (2004). *Product Platform Design and Customization: Status and Promise*. AI EDAM.
- Srivastava, S. K. (2007). *Green Supply Chain Management: A State-of-the-Art Literature Review*. International Journal of Management Reviews.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product Design and Development*. McGraw-Hill Education.
- Adi Djoko dkk (2021). *Manajemen Rantai Pasokan Edisi 2*. Banten: Universitas Terbuka.
- Anis dkk, (2007). *Perencanaan Produksi*. Surabaya: TransMedia Pustaka.
- Ariyani, E. 2009. *Perencanaan Produksi dengan Metode De Novo Programming Untuk Memperoleh Keuntungan yang Maksimal di PT. Keramik Diamond Industri*. Gresik.
- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. BPFE.

- Heizer, J. & Render, B., 2015. *Manajemen Operasi: Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. 11th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. In Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Hidayat, Anang. (2015, 13 Juli). Kolaborasi Perencanaan Peramalan dan Pengisian Kembali Persediaan (CPFR). Diakses pada 23 Desember 2024, dari <https://supplychainindonesia.com/kolaborasi-perencanaan-peramalan-dan-pengisian-kembali-persediaan-cprf/>
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, Hendra. 1999. *Manajemen Produksi: Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: Andi.
- Lengkey dkk, (2014). Perencanaan Produksi Produk Kecap dan Saos pada CV. Fani Jaya. *Jurnal EMBA* 2(3):1614-1621.
- Kotler, Philip. 2005. *Managemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Krajewski, R. 1998. *Operation Management Strategy & Analysis*. Wesley Publishing Company
- Scaleocean, (2023, 4 Juli). Strategi Pengelolaan dan Perencanaan Produksi. Diakses pada 23 Desember 2024 dari <https://scaleocean.com/id/blog/industri/strategi-pengelolaan-permintaan-dan-perencanaan-produksi>
- Soeltanong, M. B., & Sasongko, C. 2021. Perencanaan Produksi dan Pengendalian. Persediaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan*.
- Sinulingga, Sukaria. 2013. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukirno, S. 2005. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, G. N. (2018). *Manajemen Operasi (Pertama)*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2020). *Supply Chain Logistics Management* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2019). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson.
- Coyle, J. J., Bardi, E. J., & Langley, C. J. (2022). *Supply Chain Management: A Logistics Perspective* (11th ed.). Cengage Learning.
- Harrison, A., & van Hoek, R. (2014). *Logistics Management and Strategy: Competing Through the Supply Chain* (5th ed.). Pearson Education.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations Management* (11th ed.). Pearson.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations Management* (11th ed.). Pearson.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson.
- Heizer, J., & Render, B. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th ed.). Pearson.
- Kohli, A. (2015). *Challenges of Inventory Management*. *International Journal of Supply Chain Management*, 4(3), 5–8.
- Krajewski, L. J., & Ritzman, L. P. (2020). *Operations Management: Processes and Supply Chains* (12th ed.). Pearson.
- Rangkuti, F. (2013). *Manajemen Operasi*. Edisi 10. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Render, B., Stair, R. M., & Hanna, M. E. (2021). *Quantitative Analysis for Management*. Pearson.
- Render, B., Stair, R. M., & Hanna, M. E. (2021). *Quantitative Analysis for Management*. Pearson.

- Stevenson, W. J. (2020). *Operations Management*. McGraw-Hill Education.
- Stevenson, W. J. (2020). *Operations Management*. McGraw-Hill Education.
- Tiboni, G. (2022). *Inventory Management: Principles and Techniques*. Wiley.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Fess, P. E. (2005). *Accounting principles* (17th ed.). Thomson South-Western.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson Education.
- Kohli, A. (2015). *Challenges of Inventory Management*. *International Journal of Supply Chain Management*, 4(3), 5–8.
- Mangan, J., Lalwani, C., & Lalwani, P. (2016). *Global Logistics and Supply Chain Management* (3rd ed.). Wiley.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management* (5th ed.). Pearson Education.
- Mangan, J., Lalwani, C., & Lalwani, P. (2016). *Global Logistics and Supply Chain Management* (3rd ed.). Wiley.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson Education.
- Harrison, A., & van Hoek, R. (2014). *Logistics Management and Strategy: Competing Through the Supply Chain* (5th ed.). Pearson Education.
- Lysons, K., & Farrington, B. (2016). *Purchasing and Supply Chain Management*.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2015). *Purchasing and Supply Chain Management*.
- Baily, P., Farmer, D., Crocker, B., Jessop, D., & Jones, D. (2008). *Procurement Principles and Management*.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2015). *Purchasing and Supply Chain Management*.
- Lysons, K., & Farrington, B. (2016). *Purchasing and Supply Chain Management*.

- Baily, P., Farmer, D., Crocker, B., Jessop, D., & Jones, D. (2008). *Procurement Principles and Management*.
- Baily, P. J., Farmer, D., Jessop, D., & Jones, D. (2008). *Procurement Principles and Management*. 10th ed. Pearson Education Limited.
- Croom, S. R., & Brandon-Jones, A. (2007). *Key Issues in E-Procurement: An Overview*. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 13(1), 1-10. doi:10.1016/j.pursup.2007.01.001
- Kumar, S., & Saini, R. (2018). *Blockchain Technology in Supply Chain Management: A Review of the Literature*. *International Journal of Supply Chain Management*, 7(4), 1-10.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2015). *Purchasing and Supply Chain Management*. 6th ed. Cengage Learning.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). *Supply Chain Integration and Performance: The Effects of Long-Term Relationships and Information Technology*. *International Journal of Production Economics*, 138(1), 1-10. doi:10.1016/j.ijpe.2012.03.002
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). *From a Literature Review to a Conceptual Framework for Sustainable Supply Chain Management*. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710. doi:10.1016/j.jclepro.2008.04.020
- Thai, K. V. (2001). *Public Procurement Reexamined*. *Journal of Public Procurement*, 1(1), 9-50.
- Walker, H., & Brammer, S. (2009). *Sustainable Procurement in the United Kingdom Public Sector*. *Supply Chain Management: An International Journal*, 14(2), 128-137. doi:10.1108/13598540910954539
- Zhu, Q., & Sarkis, J. (2004). *Relationships Between Operational Practices and Performance Among Early Adopters of Green Supply Chain Management Practices in Chinese Manufacturing Enterprises*. *Journal of Operations Management*, 22(3), 265-289. doi:10.1016/j.jom.2004.01.002

- Lysons, K., & Farrington, B. (2016). *Purchasing and Supply Chain Management* (9th ed.). Pearson Education.
Buku ini memba
- Fisher, R., & Ury, W. (1981). *Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*. Penguin Books.
- Kotler, P. (2014). *Marketing Management*. 14th ed. Upper Saddle River: Pearson Education
- Kerzner, H. (2013). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. 11th ed. John Wiley & Sons..
- Cousins, P. D., Lawson, B., & Petersen, K. J. (2006). *An Institutional Theory Perspective on the Role of Power in Supply Chain Management*. *Journal of Supply Chain Management*, 42(1), 10–26.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2015). *Purchasing and Supply Chain Management*. 6th ed. Cengage Learning.
- Kerzner, H. (2013). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. 11th ed. John Wiley & Sons.



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif

Buku Supply Chain Management: Strategi Pengelolaan Persediaan Yang Efektif yang merupakan tindak lanjut dari buku manajemen rantai pasok dapat disusun oleh mahasiswa. Manajemen bisnis kelompok 1,2,3,4,5,6 Perjuangan panjang ini membuah hasil di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Maka mahasiswa merasa terpanggil untuk meninggalkan rekam jejak sebagai bukti empiris dengan cara menerbitkan tugas akhir kuliah di semester 7 ini dalam bentuk buku. Saya menyambut gembira atas kerja keras dan keseriusan sehingga dapat menerbitkan buku ini. Harapan saya mudah-mudahan buku ini dapat menambah khazanah keilmuan dan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh para pembaca.

Telusuran secara teoritis akan ilmu manajemen rantai pasok coba dibangun dan menjadikan mozaik karya ini adalah latar latar belakang mahasiswa yg sangat beragam. Sehingga warna tulisan, rasa tulisan menjadi kaya akan nuansa cakrawala pemahamannya. Semoga karya awal ini menjadi pendorong bagi mahasiswa untuk tidak cepat berpuas diri. Maju dan berkembang adalah eksistensi akademik yang harus ada dalam semangat mahasiswa.

Buku ini tentu tidak luput dari kelemahan dan kekurangan, saya memaklumi hal tersebut. Mudah-mudahan kelemahan dan kekurangan diperbaiki pada masa yang akan datang. Dengan kian meningkatnya perhatian mahasiswa terhadap dunia akademik pada kesempatan ini saya patut menyampaikan penghargaan dan terima kasih atas partisipasi yang telah berupaya untuk menghasilkan karya. Selanjutnya kepada penerbit saya memberikan apresiasi atas partisipasinya sehingga buku ini dapat berguna bagi pembaca.



✉ literasinusantaraofficial@gmail.com
🌐 www.penerbitlitnus.co.id
📘 Literasi Nusantara
📱 literasinusantara_
☎ 085755971589

Manajemen

+17

